Basel, 6. Juni 1914 № 23 XIV. JAHRGANG



SCHWEIZ·KONSUM-VEREIN

ORGAN DES VERBANDES SCHWEIZ·KONSUMVEREINE (V·S·K)

REDAKTION UND ADMINISTRATION : BASEL, THIERSTEINERALLEE 14
DRUCK UND VERLAG : VERBAND SCHWEIZ·KONSUMVEREINE (V·S·K)

Genossenschaftlicher Arbeitsmarkt.

Nachfrage.

Konsumgenossenschaft im Kanton Bern sucht für ihre Hauptfiliale mit zirka Fr. 100,000 Umsatz, per 1. Juli eine **erste** und eine **zweite Verkäuferin.** Diese haben sich über mehrjährige Tätigkeit in Konsumvereinen auszuweisen. Kautionsfähige Bewerberinnen wollen ihre Offerten bis spätestens am 8. Juni unter Chiffre J. F. 146 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel einsenden.

Bern. Konsumgenossenschaft sucht per 1. Juli soliden, kräftigen und arbeitswilligen **Magaziner,** der kautionsfähig ist. Offerten mit Gehaltsansprüchen sind bis 8. Juni unter Z. E. 147 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel zu richten.

Offene Verkäuferinnenstelle. Eine energische tüchtige Verkäuferin, welche schon längere Zeit als solche tätig war, findet in einem Konsumverein der Ostschweiz mit Fr. 80,000 Jahresumsatz angenehme, dauernde Stelle. Offerten mit Angabe der Gehaltsansprüche und Beilage von Photographien und Zeugnissen sind zu richten unter Chiffre A. R. 84 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel.

Angebot.

Geschäftskundiges Ehepaar wünscht Konsumdepot zu übernehmen. Kaution kann geleistet werden. Offerten unter K. W. 115 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel.

Junger, tüchtiger, solider Mann, 27 Jahre alt, mit schöner Handschrift, sucht Stelle als **Magaziner.** Offerten unter Chiffre R. S. 143 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel.

On demande à placer une jeune fille de 16 ans dans une société coopérative pour apprendre le service de magasin ainsi que la langue allemande. Adresser les offres à Monsieur E. Schneeberger, gérant à Sonceboz.

Junge Tochter sucht sofort Stelle als **Ladenlehrtochter** in einem Konsumverein. Zeugnisse stehen zu Diensten. Näheres zu vernehmen bei Sophie Hirschy, Rothrist (Kt. Aargau).

Junge Tochter, 18 Jahre alt, schon längere Zeit aushilfsweise in Konsumverein tätig gewesen, sucht Stelle als **Lehrtochter** in grösserem Konsumverein. Offerten und Anfragen gefl. an Eichenberger, Verwalter, Konsumgenossenschaft Menziken, Aargau.

An die tit. Verwaltungen der Konsumvereine

richten wir die höfliche Bitte, bei Bedarf von Arbeitskräften die Angebote auf dem „Genossenschaftlichen Arbeitsmarkt“ bestens zu berücksichtigen.

Die Verwaltungskommission des V. S. K.

Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.)

Offene Stellen.

Für unsere **Schuh-Fabrik** in Basel werden

gelernte und ungelernte Arbeiter und Arbeiterinnen gesucht.

Offerten mit den Angaben über bisherige Tätigkeit, Alter und spezielle Kenntnisse, sind schriftlich an die **Verwaltungskommission des Verbandes schweiz. Konsumvereine (V. S. K.) Basel, Thiersteinerallee 14,** zu richten.

Verein schweizerischer Konsumverwalter.

Einladung

zur

ordentlichen General-Versammlung

auf Freitag, den 12. Juni 1914, nachmittags 5 Uhr im Café des Alpes, Zähringerstr. 15, **Bern.**

TRAKTANDEN:

1. Jahresbericht.
2. Jahresrechnung und Bericht der Revisoren.
3. Bei den britischen Genossenschaftern. Vortrag von Herrn F. Thomet, Bern.
4. Besprechung der Traktanden der Delegierten-Versammlung.
5. Wahlen:
   a) des Vorstandes,
   b) der Revisoren.

Die Herren Kollegen sind freundlichst ersucht, recht zahlreich an der Versammlung zu erscheinen.

Der Vorstand.

SCHWEIZ·KONSUM-VEREIN
ORGAN DES VERBANDES SCHWEIZ·KONSUMVEREINE (V·S·K)

XIV. Jahrgang Basel, den 6. Juni 1914 No. 23

Wöchentlich erscheint eine Nummer von 8—16 Seiten Text. Abonnementspreis Fr. 4.40 p. Jahr, Fr. 3.— p. 6 Monate, ins Ausland unter Kreuzband Fr. 7.— p. Jahr

Motto: Das Schweizervolk kann seine wirtschaftliche Selbständigkeit gegenüber dem Ausland nur behaupten und im Innern zu grösserem Wohlstand und höherer sozialer Gerechtigkeit nur fortschreiten, wenn es seine Konsumkraft organisiert. Die genossenschaftliche Zusammenfassung dieser Kraft ist daher für uns eine Lebensfrage: Sie ist unsere nationale Aufgabe im XX. Jahrhundert.

Inhalts-Verzeichnis:

Zur Weiterentwicklung des Marxismus in konsumgenossenschaftlicher Richtung.[1]

(Von Prof. F. Staudinger.)

Marx ist wohl unter allen Sozialisten derjenige, der die Analyse und Kritik handelswirtschaftlicher Industriewirtschaft und der Stellung der Arbeiter in ihr am schärfsten durchgeführt hat.

Trotzdem hat er den wirklichen Kern und Sachverhalt der Lösung nicht erfasst und hat sein eigenstes historisches Prinzip auf den Kopf gestellt. Aber deshalb ist er doch der richtigen Lösung ganz ausserordentlich nahe gewesen. Man braucht seine Lehre, man möchte sagen, nur um ein Haar breit weiter zu denken, als er es selber tun konnte, nur die richtigen Konsequenzen aus ihr zu ziehen, so ist alles in bester Ordnung, und die auf den Kopf gestülpte Methode ist wieder auf die Füsse gestellt.

Marx hat ganz richtig den Satz aufgestellt, dass die Arbeit die eigentlichen Werte schaffe, und er hat ganz richtig dazugefügt, dass diese Werte erst durch den Verkauf realisiert werden müssen. Der Kapitalist hat den Willen, sie an den Mann zu bringen. Aber wenn verkauft werden soll, so bedarf es wenigstens zweier Parteien, und die zweite Partei ist der Käufer. Ohne den und seinen Willen zu kaufen geht es schlechterdings nicht.

Des Käufers Funktionen aber werden im Kapitalismus gar nicht beachtet. Hier ist der gute Geschäftsmann, der sich den Käufer zu suchen und ihn an sich zu fesseln hat. Dass der Käufer ein Mensch ist, der auch dabei etwas zu sagen haben könnte, das fällt der Kapitalwelt nur im besondern Falle einmal ein. Gewöhnlich ist das gar nicht nötig. Die Kapitalisten müssen die Waren so herstellen und so billig geben, dass sie Käufer in genügender Menge anlocken und an sie absetzen; das ist alles. Also ist der Käufer nur Voraussetzung für das Geschäft. Er bleibt blosse Schachbrettfigur, die da hin- und hergeschoben wird, wie der geschickte Spieler will. Benno Jaroslaw hat ganz recht: «Die wirtschaftspolitischen Kämpfe wurden allein zwischen Kapital und Arbeit ausgefochten. Der Konsument war Nebensache, wusste nicht, wo er hingehörte, und bekam Tritte und Püffe von allen Seiten». Und Benno Jaroslaw ist Kaufmann.

Wer aber war daran schuld? Der Verkäufer, der ihn auf dem Schachbrett schob? Oder war es vielleicht der Käufer selbst, der sich so willenlos schieben liess? War er es am Ende, der sich vom Verkäufer locken liess, wie ein Hämmelchen, dem man ein Bündel Gras hinhielt und dem man, wenn es wirklich herankam, dabei ein Flöckchen von seiner Wolle abschor? Eine sehr nachdenkliche Sache.

Der Käufer ist Voraussetzung, dass der Händler verkaufen kann. So zerlegen wir einmal diese Voraussetzung in ihre Bestandteile. Zeigen wir einmal die Funktionen dieses Käufers in der Gesamtwirtschaft.

Er muss dem Kapitalisten seine Güter abkaufen, sonst kann dieser die Mehrwerte nicht realisieren. Also ein erstes wichtiges soziales Amt im Kapitalismus ist: Er realisiert die Mehrwerte. Wenn er kauft, realisiert er sie, wenn er nicht kauft, bleiben sie unrealisiert; und dann werden sie überhaupt nicht kapitalistisch geschaffen. Wenn die Bauernfrau ihr Garn selbst spinnt und es beim Dorfweber weben lässt, so realisiert sie keinen Mehrwert. Denn der Dorfweber erhält nur Entgeld für seine Arbeit. Warum hat sie ihn aufgegeben und kauft heute oft Bielefelder und sonstiges kapitalistisch gefertigtes Lein? Vielleicht ist das schöner, gleichmässiger. Vielleicht kommt es gar billiger, als der Webelohn beim Dorfweber ausmacht, weil die Maschine in gleicher Zeit mehr webt als zwanzig Handweber. Und dann ist die ganze eigne Arbeit gespart. Vielleicht kann sie gar mehr verdienen,

[1]) Ein dem soeben erschienenen Buche Staudingers «Kulturgrundlagen der Politik» entnommenes Kapitel («Konsequenzen des Marxismus»). Wir werden auf dieses Buch demnächst eingehender zu sprechen kommen. *Die Red.*

wenn sie sich mit Gartenbau, Obstpflege, Milchwirtschaft, Geflügelzucht und dergleichen beschäftigt und die Produkte hiervon verkauft. Vielleicht kreuzen sich diese Momente. Der Erfolg: Sie kauft Bielefelder Leinen und bekommt es, das ist das Merkwürdige, trotz des Profits, den sie dem Fabrikanten da realisiert, vorteilhafter, als wenn sie es selbst herstellte. Sie ist also doch nicht so ein ganz dummes Schaf, wie es scheint oder doch? Hat sie am Ende doch nur den Augenblicksnutzen im Auge? Der Fabrikant liefert billigere Ware; nun weiss er mit dem Speck der Billigkeit seine Mäuse zu fangen. Und dieser Speck wird solange gereicht, bis der Kapitalist endlich in der Lage ist, die Falle zuschlagen zu lassen. Das heisst, bis er sich kartellieren kann und nun die Ware wieder verteuert. Derzeit ist das Spinnrad zerwurmt, der Dorfweber ausgestorben, die Fähigkeit zum Spinnen mit samt der Lust dazu in die Winde gegangen. Und so muss man jetzt beim Kapitalisten kaufen und ihm die erhöhten Mehrwerte bezahlen. Muss man? Nun, wir werden ja sehen. Vielleicht muss man es in der Tat noch zunächst, aber nur, weil man Hammel ist in einer grossen Hammelherde, wo es gar nichts hilft, wenn ein einzelner auch um ein Quentchen klüger sein wollte als die anderen.

Aber w e m realisiert die Käuferin diesen Mehrwert? Dem Kapital ganz allgemein? Gewiss. Dem würde sie ihn realisieren, ob sie ihre Leinwand von Bielefeld, von Schlesien oder von England bezieht. Dem Bielefelder Fabrikanten aber ist damit nicht gedient, dass das Kapital überhaupt einen Mehrertrag erhalte, sondern dass er als Person einen Profit erhält. Ob der zugleich Mehrwert für das ganze Kapital ist oder nur einem anderen ohne das abgelistet ist, ist ihm gänzlich gleichgültig. Das weiss er meist nicht einmal. Wenn seine Detaillisten, die seine Waren vertreiben, ein paar hunderttausend Kundinnen haben, so mag er schon ein Geschäft machen.

Das geht eine gute Weile so weiter. Aber nun sagt eines Tages eine dieser Kundinnen zur andern: Ich habe gehört, dass die Leinwand aus Schlesien viel besser und billiger ist. Und sie nehmen sich vor, einmal dort zu bestellen. Ob sie wirklich besser und preiswerter ist, das ist vielleicht nicht so sicher. Vielleicht verdient nur der Detaillist, der sie anpreist, mehr daran. Aber sie besticht. Und so kommen andere Kundinnen. So kann es geschehen, dass nach einer Weile in einer ganzen Gegend nur noch von der schlesischen Leinwand gekauft wird, wo früher Bielefelder Leinwand den Markt beherrschte. Die Händler beziehen die andere gar nicht mehr, weil sie «nicht mehr geht».

Da sitzt nun der Bielefelder Fabrikant, wenn er sich nicht einen anderen Kundenkreis verschaffen kann, auf dem Trockenen. Die Einnahmen reichen nicht mehr, um die Unkosten zu decken. Und wenn das so etliche Jahre weitergeht, so kann er zumachen. «Die Konkurrenz hat ihn tot gemacht» heisst es. Das ist der kapitalistische Ausdruck. Aber die Konkurrenz hat das doch eigentlich nicht so ganz allein tun können. Dazu gehörten eben die Hunderttausende von Kundinnen mit ihrem Willen, der sie zur Konkurrenz trieb. Diese Kundschaft, die den einen Mann im Stiche liess, weil sie — vielleicht ganz fälschlicherweise — die andere Ware als besser angepriesen bekommen hatte, die hat ihn umgebracht. Dafür hat sie nunmehr den anderen Fabrikanten, der etwa zu etlichen hunderttausend Kundinnen noch etliche hunderttausend neue hinzubekommen hat, reich und reicher gemacht. Denn jetzt kann er die weiteren Hunderttausende wahrscheinlich mit sehr viel weniger eigenen Unkosten befriedigen als die ersten. Es bleibt ihm also viel mehr als das Doppelte als Profit übrig. So wird er, wenn das Ding anhält, im Handumdrehen ein mächtiger Mann.

«Aber dazu haben ihn doch seine Arbeiter gemacht!» So wird vielleicht der sozialdemokratische Parteimann ausrufen. Die Arbeiter haben doch die Werte erzeugt, das hat Marx ja ausdrücklich gesagt. Wohl, das hat er gesagt, und ganz mit Recht. Aber er hat nicht gesagt, dass das einzelne Geschäft, welches latenten Mehrwert durch seine Arbeiter produzieren lässt, nun auch in der Lage ist, diesen Mehrwert als wirklichen Wert zu realisieren, als Profit einzustreichen. Das ist nur der Normalfall. Und Normalfälle sind gewöhnlich in der Wirklichkeit Ausnahmen. Der Arbeiter, wozu auch der geistige Arbeiter gehört, schafft allerdings die Wertgegenstände. Aber Wertgegenstände sind nur Werte, sofern sie realisiert werden, also in die Hände ihrer Verbraucher kommen. Das ist die eigenste marxistische Voraussetzung. In die Hände der Verbraucher aber kommen sie in der Kapitalwirtschaft nur durch den Verkauf. Der Verkauf realisiert also die Werte und damit auch die Mehrwerte für das Kapital, wenn man es in seiner Gesamtheit nimmt. Aber was die Verteilung dieser Mehrwerte als Profit anlangt, so hat der Arbeiter, der jene Wertgegenstände schuf — als Arbeiter — darauf gar keinen Einfluss. Die Arbeiter einer bankerotten Fabrik waren vielleicht genau so fleissig und tüchtig wie die der reichgewordenen Fabrikanten. Gehört nun etwa der Mehrwert der gutgehenden Fabrik deren zufälligen Arbeitern? Dann müssten offenbar die Arbeiter der schlechtgehenden Fabrik ihre Arbeitslöhne zurückzahlen. Dies Beispiel zeigt deutlich die Torheit mancher kleiner Arbeiterführer, die den Arbeitern eines bestimmten Betriebes vorreden, sie hätten die darin erzielten Profite erzeugt. Nein, die Gesamtheit der Arbeit hat die Gesamtheit der Werte und Mehrwerte erzeugt, wobei die Minuswerte von den Pluswerten abzuziehen sind. Aber die Verteilung der Mehrwerte als Profit ist nicht Sache der Arbeiter, sondern — der Kunden.

D i e K ä u f e r v e r t e i l e n d i e P r o f i t e. Wo die Kunden so reichlich zuströmen, dass der Unternehmer einen Ueberschuss über seine Ausgaben erzielt, da teilen sie ihm die Mehrwerte als Profite zu; wo die Kunden in minderer Zahl erscheinen, da hat der Unternehmer Verlust und kann vielleicht zumachen. Der Kunde ist also in Konsequenz des Marxismus eine sehr aktive und wichtige, ja die geradezu ausschlaggebende Persönlichkeit. Nur besorgt er seine volkswirtschaftliche Aufgabe so blind, so unbewusst, so unorganisiert, dass er im Geschäft nur als passive Schachfigur erscheint. Auf diesem Gebiete ist er kein bewusst wollender Mensch geworden, sondern noch ein sich traumhaft bewegendes Tierwesen.

Aber damit ist die volkswirtschaftliche Rolle des Kunden noch nicht zu Ende. Wenn der Bielefelder Fabrikant allmählich die Kundschaft verliert, so muss er wohl oder übel auch nach und nach seine Arbeiter entlassen. Und wenn er gar aus Mangel an Absatz den Betrieb schliessen muss, so muss er sie alle entlassen. Wer hat sie nun in Wirklichkeit entlassen? Der Fabrikant? Ja, er hat das wohl formell getan. Nur hätte er sie doch so gar gerne behalten und noch mehr hinzugenommen, wenn die Kundschaft sich gemehrt hätte, statt sich zu mindern. Aber was soll er mit ihnen anfangen und mit ihren Arbeits-

produkten wenn die Kunden sie nicht kaufen wollen? Die Kundschaft hat ihn also gezwungen, sie zu entlassen.

Da hat vielleicht eine Frau, deren Sohn in Bielefeld arbeitet, ihn mitentlassen helfen, weil der Zufall wollte, dass sie bei einem Kaufmann einkaufte, der nur Leinwand aus Schlesien hatte. Und nicht bloss das. Die andere hat vielleicht ihren Mann, der in einer Maschinenfabrik war, entlassen helfen, weil auch diese Fabrik nun infolge obiger Aenderung weniger Maschinenlieferungen hatte. Und so noch gar viele Möglichkeiten in diesem verworrenen, unbeherrschten Lebensgewirre, wo niemand die Folgen seines eigenen willentlichen Tuns ermessen kann.

Beim schlesischen Fabrikanten ist genau dasselbe der Fall, nur umgekehrt. Formell war er es, der neue Arbeiter hat anstellen müssen. In Wahrheit aber haben es die Kundinnen getan. Sie haben ihm durch ihre Käufe den Auftrag gegeben, das zu tun. Einen stumm, nachtwandlerisch erteilten Auftrag, von dem sie selbst gar nichts wissen, aber doch einen sehr handgreiflichen und wirkungsvollen Auftrag!

Wir haben also als drittes und für die Arbeiterwelt wichtigstes Ergebnis die Einsicht gewonnen: Der Kunde stellt die Arbeiter an und entlässt sie. Das ist die strengste und unleugbarste Konsequenz des Marxismus.

Welches sind da nun die Schachfiguren? Die Kunden schieben her und schieben hin, der Kaufmann, der Fabrikant muss seinen Willen danach einrichten, wie sie schieben. Das ist ja genau umgekehrt, wie es äusserlich scheint.

Aber die Wirkung geht noch weiter. Wenn der Fabrikant in Bielefeld nichts mehr verkaufen, keine Arbeiter mehr anstellen kann, so stehen auch seine Werkstühle still. Das hierin steckende Kapital ist tot. Indem die Käufer also die Gebrauchsgüter als Werte direkt realisieren, realisieren sie indirekt auch die Werte der Produktionsmittel. Wenn sie das nicht tun, so vernichten sie auch die in ihnen verkörperten früheren Mehrwerte bezw. Profite des Unternehmers und eventuell seiner Gläubiger.

Und endlich noch eine letzte Wirkung! Wenn die Bielefelder Fabrik viele Arbeiter entlassen musste, die nun abwandern müssen, und es kommt nicht anderweit Zuzug, so stehen aller der Abwandernden Wohnungen leer. So und soviele Hausbesitzer leiden. Neue Häuser werden nicht gebaut. Die Grundrente sinkt an dieser Stelle. Und drüben, wo die Leute zuwandern, da ist Wohnungsmangel, da steigen die Mieten und die Bodenpreise. Der Kunde schafft also und vernichtet auch die Grundrente. Alles das machen die Konsumenten, die Käufer, und sie haben keine Ahnung davon. Sie schaffen Reichtum oder Bankerott, Freude und Verzweiflung, Elend und protzigen Uebermut; sie helfen sich vielleicht selbst den Strick um den Hals legen und haben davon nicht das mindeste Bewusstsein.

Was bedeutet nun alles Gesagte zusammen? Der Käufer realisiert den Mehrwert, er verteilt den Profit, er stellt die Arbeiter an und entlässt sie, er schafft und vernichtet die Kapitalwerte und Grundrenten. Er selbst ist also der Schöpfer des Kapitals, er hat die ganze wirtschaftliche Macht als Käufer in seiner Hand. Und er weiss nichts davon und fuchtelt verzweifelt in den Lüften umher, wenn sein Schicksal zu schwer wird.

Sollte da nicht schon die Forderung an uns herantreten, all das als Menschen etwas bewusster zu tun? Sind wir in unserer Eigenschaft als Kunden wirklich schon Menschen? Ist hier vielleicht der sozialorganische Grund, dass wir überhaupt noch keine Menschen sind, dass wir auf all den wichtigsten Gebieten des Lebens noch keine Menschen zu sein vermögen, sondern blindes Spielwerk des Zufalls? Des Zufalls aber, den wir willentlich selber geschaffen haben, willentlich ohne etwas davon zu wissen?



Einkaufsgenossenschaften der Händler. Mehr und mehr finden auch die Detaillisten, dass der gemeinsame Einkauf gewisse Vorteile bietet. Was bei den Konsumvereinen verwerflich ist, wird hier eine verdienstliche Tat.

So entnehmen wir einem in der deutschen «Handelsrundschau» erschienenen Bericht, dass die Einkaufsgesellschaft zentralschweiz. Kolonialwarenhändler «Union» (Olten-Luzern) im Jahr 1913 einen Umsatz erzielte von Fr. 2,377,000 gegen Fr. 1,240,000 im Jahre 1912 und Fr. 584,000 im Jahre 1911. Indessen scheint diese Gesellschaft weder mit dem «Schweiz. Spezereihändlerverband» noch mit dem Grossisten-Verband auf besonders freundschaftlichem Fusse zu stehen. «So wenig wie jedes einzelne Mitglied jedem einzelnen Vertreter der ihm seinen Besuch macht, Bestellung geben kann, bemerkt hiezu der Bericht, ebensowenig können wir jede Firma als Lieferantin aufnehmen wenn anders die unserer Gesellschaft vereinigte Kaufkraft nicht nutzlos verpufft werden soll. Das führt dann sehr oft dazu, dass solche abgewiesenen Herren gegen uns und unsere Gesellschaft intrigieren, wohl auch z'leid billigere Preise machen oder uns sonst eins anzuhängen suchen, wobei es mit der Wahrheit nicht gerade sehr genau genommen zu werden pflegt.»

Also nicht bloss unsere Organisation, sondern auch die Art der Propaganda machen sie uns nach.



Genossenschaftlicher Wellenschlag im Engadin.

Lange hat es gedauert, bis der Genossenschaftsgedanke im Engadin Fuss fassen konnte. Zu unserer grossen Freude lesen wir im romanischen Lokalblatt «Fögl d'Engiadina» (Nr. 22) ein *(Dr. M.)* gezeichnetes «Eingesandt» aus Ardez, welches wir, ins Deutsche übertragen, den Lesern des «Schweiz. Konsum-Verein» nicht vorenthalten möchten:

«Konsumverein Ardez und Umgebung. Unter diesem Namen hat sich in letzter Zeit (April) in Ardez eine Genossenschaft gebildet. Der Name besagt eigentlich alles. Dessenungeachtet verdient diese Genossenschaft, dass man bei ihr einen Augenblick verweilt.

In erster Linie ist auch sie bemüht, ihre Mitglieder mit reeller Ware zu versorgen und zu bescheidenen Preisen. Welch ungemeine Bedeutung die Konsumvereine für die Versorgung des Einzelnen haben, ersieht man aus der Statistik, welche uns die unvergleichliche Entwicklung zeigt, die die Konsumgenossenschaften überall genommen. Es ist dies

durchaus begreiflich, denn der Einzelne wird selbst sein eigener Kaufmann, der Reingewinn geht zu seinen Gunsten und die Ware wird für ihn auch demgemäss billiger. Einigkeit macht stark. Je grösser die Zahl der Mitglieder, desto günstiger auch die Verkaufsbedingungen, welche die neue Genossenschaft ihren Mitgliedern bieten kann.

Die neue Genossenschaft geht aber noch weiter, sie will es versuchen, den Absatz der landwirtschaftlichen Produkte zu erleichtern, indem sie selbst den Verkauf übernimmt. Sobald die Konsumenten wissen, wohin sie sich zu wenden haben, um sich mit Butter, Käse etc. zu versorgen, wird es vielen Anregung sein, sich durch die Zentrale mit dem, was sie benötigen, versehen zu lassen. So wird die neue Genossenschaft imstande sein, dem Bauern seine Produkte abzunehmen, und dem Einzelnen ist viel unnötiges Fragen und Laufen erspart.

Zum Schluss wird die neue Genossenschaft ein Auskunftsbureau einrichten, für Verkauf von verschiedenen landwirtschaftlichen Genres, wie Heu, Stroh, Vieh, sowie auch von Häusern und Gütern etc. etc. Auch dieses Projekt ist von grosser Wichtigkeit. Hoffen wir, dass viele von dieser Institution Gebrauch machen werden, so wird das Bureau mit der Zeit imstande sein, jedermann zu befriedigen, welcher etwas zu kaufen oder zu verkaufen wünscht.

Die neue Konsumgenossenschaft Ardez verdient also unsere volle Sympathie. Ihr Programm lässt auf ein schönes Gedeihen hoffen und ein nützliches Wirken für das Wohl der Bevölkerung von Sur Tasma (Bezirk im Unterengadin). Wie der Titel sagt, sind auch die übrigen Gemeinden zum Mittun eingeladen. Möchten viele, viele diesem Rufe folgen, denn es geschieht zu ihrem Wohl und zum Wohle aller. Die Devise der neuen Genossenschaft soll sein: Einer für alle und alle für einen!»

Als besonders erfreuliche Wahrnehmung aus diesem Eingesandt möchten wir hervorheben, dass aus landwirtschaftlichen Kreisen die Anregung kommt, die Bauern sollten dem Konsumverein beitreten, mit der Konsumgenossenschaft Hand in Hand gehen. Also gerade das Gegenteil, was die Führer der Landwirtschaft gerne predigen.

Wir schätzen diese Meinung hoch, sehr hoch ein und wünschen nur, dass sich im Engadin der Bauer, Beamte, Angestellte, Arbeiter und alle. die den Genossenschaftsgedanken für ein Ideal, für ein Recht betrachten, aber aus gewissen Gründen zögern, Farbe zu bekennen, zu einer grossen, einheitlichen wirtschaftlichen Gemeinde zusammenfinden mögen. Denn kein Land, wie das gesamte Engadin ist seiner geographischen Lage nach so gut geeignet, diese wirtschaftliche Zentralisation durchzuführen! *Mr.*



Zum 40-jährigen Jubiläum des Konsumvereins Uzwil.

Wie so viele, ja man kann sagen die meisten Konsumvereine, ist auch der in Uzwil aus der Not der Zeit hervorgegangen. Not lernt nicht nur beten, sie macht auch erfinderisch und treibt die Menschen gleichsam unter Peitschenhieben zu Anstrengungen und Siegen über sich selbst, ihre Trägheit und ihre Selbstsucht, zu denen sie sich ohne diesen Antrieb vielleicht niemals ermannt hätten. — Ein Brotaufschlag von 8 Rappen per Laib brachte das schon bis zum Rande volle Mass zum Ueberlaufen. Vier Arbeiter in Gupfen ergriffen daraufhin die Initiative zur Einberufung einer Versammlung, der denn auch 130 Männer Folge leisteten — ein Beweis dafür, dass die Idee eigentlich schon in der Luft lag. Das war am 23. November 1873. Am 20. Dezember schon fand die konstituierende Generalversammlung statt, und 4 Wochen später wurden die beiden Verkaufslokale in Niederuzwil und Uzwil-Gupfen eröffnet. Angespornt durch die überraschend guten Erfolge der beiden Läden wurde bald darauf auch von Oberuzwil das Begehren gestellt um eine Filiale, dem dann auch entsprochen wurde. Seitdem ging die Entwicklung mit ganz geringen Rückschlägen (1885 und 1895)aufwärts, wenn auch langsam, sehr langsam, im Verhältnis zu der im neuen Jahrhundert einsetzenden, wo der Umsatz von Fr. 200,000 (1900) sprungweise auf Fr. 817,000 im Jahre 1913 emporschnellte.

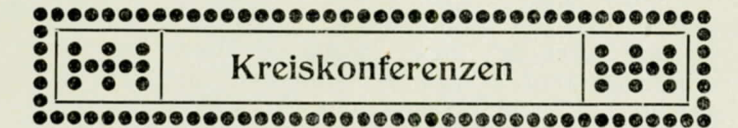
Es lag im Zuge der Zeit, dass sich der junge Verein als Aktiengesellschaft konstituierte, welche damals die allgemein übliche und wohl auch einzig mögliche Rechtsform war. Indessen wurde gleich von Anfang an bestimmt, dass die Hälfte vom Reingewinn den Reserven zugeteilt, die andere Hälfte zu $^{3}/_{5}$ auf die Aktien und zu $^{2}/_{5}$ auf den Warenkonsum der Mitglieder entfallen solle. Dieser Artikel wurde aber nicht immer sehr strikte gehandhabt, denn «während die Dividenden gesteigert wurden, waren die Zuweisungen in den Reservefonds immer kleiner», bemerkt der Geschichtschreiber. Ueberhaupt ist dieser Streit um die Verteilung des Reingewinns nicht gerade die rühmlichste Seite der Geschichte. «Im Jahre 1887 ist man sogar so weit gegangen, dem Reservefonds Fr. 1000 zu entnehmen, um eine Dividende von 10% zahlen zu können». «Diese egoistische Tendenz aus jenen Jahren hat sich denn auch bitter gerächt, schreibt hiezu mit Recht unser Gewährsmann, denn wäre man zu jener Zeit nicht so kurzsichtig gewesen, so hätten wir heute keine so grossen Zinsenlasten zu tragen». Eine Statutenrevision im Jahre 1886 bestimmte sodann, dass ein Mitglied künftig nur noch e i n e stimmberechtigte Aktie besitzen dürfe. Dieser Beschluss involvierte die Rückzahlung eines grossen Teils von Aktien, die, zu 5 Fr. eingezahlt, mit einem Wertzuwachs von 100%, d. h. mit Fr. 10 zurückbezahlt wurden. Dieser ebengenannten Disposition ist es auch wohl zu danken, dass der Uzwiler Konsumverein nicht ganz und gar, wie die Brudervereine von St. Gallen und Zürich, ins kapitalistische Fahrwasser hineingeriet, abwohl im Jahre 1892 der Kurswert der Aktien (infolge Anwachsens der Reserven) von 10 auf 20 Franken erhöht wurde. Die Hauptsache jedoch war, dass kein Mitglied mehr wie e i n e Stimme hatte und der Verein, um das nötige Betriebskapital zu bekommen, ein Interesse daran hatte, stetsfort neue Mitglieder zu werben.

Die im Jahre 1890 von verschiedenen Konsumvereinen lancierte Anregung zur Gründung eines Verbandes fand auch im Uzwiler Konsumverein günstige Aufnahme, wie sich überhaupt die Verbandstreue der Uzwiler Genossenschafter auch in der Folge niemals dementieren sollte.

Hand in Hand mit dem seit 1900 einsetzenden raschen Wachstum des Vereins geht der Ausbau der Geschäftszweige wie auch die Bautätigkeit, deren Objekte in der Festschrift in Bild und Wort sehr vorteilhaft zum Ausdruck kommen.

Mit dem Jahre 1913 erst wurde es möglich, das Ziel, auf das die besten unter den Uzwiler Genossenschaftern schon lange hingearbeitet hatten, zu verwirklichen, nämlich die Umwandlung in eine reine Genossenschaft. Damit hat auch der erste Abschnitt der Geschichte dieses Vereins seinen Abschluss gefunden. Das Gebiet wäre nun erobert, es handelt sich nun, dasselbe weiter auszubauen und immer mehr mit genossenschaftlichem Geiste zu durchtränken.

Wenn auch die Anstrengungen, die Mühe und Ausdauer, die nötig waren um das vor uns stehende Werk aufzuführen, in dem Ueberblick nicht immer zum Ausdruck kommen, so kann man das nichtsdestoweniger zwischen den Zeilen lesen. Auch wir müssen es uns versagen, an dieser Stelle der Verdienste so vieler trefflicher Männer zu gedenken, deren hingebender Mitarbeit und Treue nicht zum mindesten das erstandene Werk zu verdanken ist. Neben alten ehrwürdigen Häuptern, wie sie in der Ehrengalerie figurieren, wie die der Herren Früh, der 12 Jahre und Preschlin, der 9 Jahre lang an der Spitze der Verwaltung stand, blicken uns auch andere entgegen, die nicht minder lang, ja zum Teil noch viel länger im Dienste der Genossenschaft tätig waren, wie z. B. Herr J. J. Jann, der Mitglied des Verwaltungsrates war von 1876 bis 1912. Indessen mögen auch die Einzelnen, einer nach dem andern, von der Bühne abtreten, die Hauptsache ist, dass das Werk, von neuen Kräften gefördert und gespeist, weiter gedeiht zum Segen der nachfolgenden Generationen!



Konferenz des VI. Kreises (Urkantone)

Sonntag, den 10. Mai 1914 in Alpnachstad.

Sonderbare «Mailüfterl» umschwirrten die Mannen der Kreisvereine als sie auszogen zur V. Konferenz an die Gestade des Alpnachersees. Eine leichte Schneedecke überzog die Kulturen, die vorher noch in schönster Blüte gestanden, was offenbar auch die Stimmung der Genossenschafter etwas zu beeinflussen vermochte. Die Beteiligung blieb jedoch nicht hinter früheren Tagungen zurück. So waren vertreten: Der Verband durch 3 Delegierte, vom Kreisvorstand waren 5 Mitglieder anwesend, der Verbandsverein Luzern entsandte 8 Delegierte, Zug 2, Erstfeld 2, Brunnen 2, Baar 3, Einsiedeln 2, Goldau 1, Altdorf 2, Alpnach 3, Hergiswil 1, Küssnacht 1, Lachen 2, Total 37 Teilnehmer. Unentschuldigt fehlten Schwyz, Stans, Siebnen, Beckenried, Willisau und Münster. Mit ziemlicher Präzision, nämlich 10 Uhr 5 Minuten, konnte der Präsident des Kreisvorstandes, Herr Lehrer Dubach, die Sitzung eröffnen, indem er mit einer kurzen Ansprache die wichtigsten Vorkommnisse auf dem Gebiete des V. S. K. berührte.

Zur Behandlung waren folgende Traktanden vorgesehen. Protokoll, Jahresrechnung, Vorstandswahl, Referat des Herrn Dr. O. Schär über die Traktanden der diesjährigen Delegiertenversammlung des V. S. K. in Bern, allgemeine Umfrage und Bestimmung des nächsten Versammlungsortes. Protokoll und Rechnung gelangten zur Verlesung und wurden unbeanstandet akzeptiert. Die Jahresrechnung verzeigt bei rund 412 Franken Einnahmen und Fr. 112 Ausgaben ein Barsaldo von Fr. 300. Zur Rechnung stellt Herr Karrer, Luzern, den Antrag, die Beitragsquote zu erhöhen, um der Kasse für bevorstehende Aktionen genügend Mittel zu sichern. Nachdem aber der Kassier R. Ramp über die in Aussicht stehenden Arbeiten des Kreisvorstandes und die Kostenfolge derselben Aufschluss erteilte, wurde von einer Beitragserhöhung für dermalen Umgang genommen.

Weniger einfach vollzogen sich die Vorstandswahlen. Der bisherige Präsident, Herr Lehrer Dubach, demissionierte infolge sonstiger Arbeitsüberhäufung, und lehnte daher eine Wiederwahl unbedingt ab. An seine Stelle werden vorgeschlagen die Herren Haller Zug, Walter Erstfeld und Schmid Luzern. Nachdem die ersteren zwei die Annahme einer Wahl von vorneherein strikte ablehnten, wurde Herr Lehrer Schmid in Luzern einstimmig als Präsident des Kreisvorstandes bestimmt. Als Aktuar und Kassier bleibt der «alte», Ramp Luzern. Als Beisitzer belieben die Herren Walther Erstfeld, Rothlin Einsiedeln, Schuler Brunnen, Schorno Alpnach und Haller Zug. Die Herren Stöckli Erstfeld und Amstuz Goldau werden diese 2 Jahre als Rechnungsrevisoren funktionieren. Damit waren die üblichen Geschäfte erledigt.

Bevor auf das Referat des Herrn Dr. Schär eingetreten wird, verliest Herr Dubach einen Beschluss des A. C. V. Luzern, wonach derselbe Anspruch erhebt auf ein Mandat in der Kontrollstelle beim V.S.K. Zur Sache wird seitens Herrn Dr. Schär auf die bestehende Praxis hingewiesen, wonach Vereine, die bereits im Aufsichtsrat vertreten sind, nicht auch zugleich in der Kontrollstelle vertreten sein können. Der Antrag des A. C. V. Luzern wird hierauf zurückgezogen.

Es erhält hierauf Herr Dr. Schär das Wort zu seinem Referate über die Traktanden der Delegiertenversammlung, die im allgemeinen eine erläuternde Orientierung über die Auffassung des Jahresberichtes des V. S. K., über das Arrangement der Delegiertenversammlung, über die «Bellallianz» und den Schokoladekrieg war, wie solche in der Verbandspresse bereits einlässlich zur Kenntnis der Genossenschafter gelangt sind, insofern dieselben den «Schweiz. Konsum-Verein» lesen. Dafür soll der Diskussion etwas mehr Raum gewährt sein.

Die Diskussion setzte denn auch rege ein; leider verlor sie sich allmählich in Einzelheiten, speziell in Wünschen zu Handen des Departements Warenvermittlung, die für einen grösseren Leserkreis kein Interesse bieten und deshalb hier nicht reproduziert werden. Der Vertreter der Verwaltungskommission gab, soweit möglich, Auskunft und sicherte eingehende Prüfung der gemachten Anregungen zu, was seither auch geschehen ist.

Als Ort der nächsten Tagung beliebte Goldau.

Zum Schluss entbot Herr Dubach den anwesenden Delegierten seinen Dank für die während seiner Amtsdauer dem Kreis VI geleistete Mitarbeit und dem Gastgeber für die gute Bewirtung. Einen speziellen Dank aber auch dem dortigen Verbandsverein für die umsichtige Fürsorge sowie für die allseitig begrüsste Spende an Ehrenwein.

Herr Lehrer Schmid verdankte hierauf seine Wahl als Präsident und ersucht die Delegierten auch fernerhin treu mitzuwirken am Ausbau unserer Konsumentenorganisation und spricht sich für eine intensive aber ruhig bedachte und allseitig rücksichtsvolle Genossenschaftsbetätigung aus. Dabei berührte er auch den seinerzeitigen Milchkrieg, an dem er nicht viel Gefallen gefunden habe.

Herr Walther Erstfeld verfocht seinerseits den Standpunkt der Konsumgenossenschafter im Milchkrieg und ermunterte zu allseitiger Mitanteilnahme an den Interessenkämpfen der Genossenschaften. (Allgemeine Zustimmung).

Schluss der Konferenz um 4 Uhr. *R. R.*

Bewegung des Auslandes

Böhmen.

Aus der böhmischen Genossenschaftsbewegung. Einem uns zugegangenen Bericht über die Entwicklung des Zentralverbandes böhmischer Konsum-, Produktiv- und Wohngenossenschaften entnehmen wir nachfolgende Mitteilungen, die den gedeihlichen Aufschwung dieses erst 1908 gegründeten Verbandes erkennen lassen. Die Zahl der zugehörigen Genossenschaften stieg von 86 im Jahre 1908 auf 265 im Jahre 1912 und der Umsatz hob sich in der gleichen Periode von Kr. 7,084,309[1]) auf Kr. 21,836,585. Unter den angeschlossenen Organisationen stehen die Konsumgenossenschaften in der Zahl von 167 weitaus an erster Stelle. Ausser ihnen umfasst der Verband 33 Produktivgenossenschaften, 23 Arbeiterheime, 21 Wohnungs- und 6 Kredit- und Spargenossenschaften.

Der Zentralverband, der seinen Sitz in Prag hat, gibt zur Unterstützung der ihm obliegenden Agitation zwei Publikationen heraus: den «Genossenschafter» (Druzste vnik), der für die Genossenschaftsvorstände bestimmt ist, und ein genossenschaftliches Volksblatt, das unter dem Namen «Prnkopnik» («Der Pionier») in einer Auflage von 28,000 Exemplaren erscheint. Auf Grund des Gesetzes vom 10. Januar 1903 steht dem Verband das Recht zu, an Stelle der staatlichen Behörden die Revision der ihm angeschlossenen Vereine zu besorgen. Im Berichtsjahr 1912 machte der Verband in 139 Fällen von diesem Rechte Gebrauch. Für 90 Versammlungen mit Vorträgen über genossenschaftliche Themata stellte das Verbandssekretariat geeignete Referenten zur Verfügung.

Die Organisation der dem Verbande angeschlossenen Konsumvereine ist sowohl in Hinsicht auf die Statuten wie auch auf die Buchführung eine einheitliche. Der Warenverkauf darf nur an Mitglieder und gegen bar erfolgen. Einzelne Konsumvereine zahlen die Rückvergütungen nicht aus, sondern legen sie den Mitgliedern als zinstragende Ersparnisse an. Die grössere Zahl der Konsumvereine hat eine Begräbnisunterstützung eingeführt, deren Betrag sich im einzelnen Falle auf 30 bis 100 Kronen beläuft und an Mitglieder ausbezahlt wird, die für jährlich 250 bis 300 Kronen Waren einkaufen.

Mit Beihilfe des Verbandes wurde im Jahre 1909 die Grosseinkaufsgesellschaft böhmischer Konsumvereine, gleichfalls mit Sitz in Prag, gegründet. Gesetzliche Gründe machten es notwendig, dieser Einkaufszentrale eine vom Verband unabhängige Organisation zu geben. Der Umsatz der mit einem Kapital von 200,000 Kronen begründeten Grosseinkaufsgesellschaft erreichte 1913 3,083,508 Kronen. Die Zentrale beschäftigt 27 Personen und besitzt ein Haus im Werte von Kr. 180,000, mit grossen Kanzleien und Lagerräumen. Sie betreibt eine moderne Kaffeebrennerei, eine Gewürzmühle und eine Malzkaffeerösterei. Mitglieder der Gesellschaft sind 112 Konsum- und Produktionsgenossenschaften.

Im letzten Jahre wurde ein Genossenschaftsunternehmen ins Leben gerufen, das an die Mühlengenossenschaft schweizerischer Konsumvereine erinnert. Für die Mehlversorgung der Konsumvereine wurde eine grosse, modern eingerichtete Mühle mietweise übernommen. Das Etablissement ist in der Nähe Prags gelegen und vermag jährlich 1200 Wagen Getreide zu verarbeiten.

Im Jahre 1913 übte die im Gefolge des Balkankrieges auftretende wirtschaftliche Krisis eine etwas hemmende Wirkung auf die Konsumvereinsbewegung des Landes aus. Gleichwohl ist die Zahl der Verbandsvereine auf 275 gestiegen, die Mitgliederzahl der letzteren erreichte 65,000 und der Umsatz beziffert sich auf rund 25 Millionen Kronen. Man darf die Erwartung hegen, dass nach Eintritt einer besseren Konjunktur die böhmische Genossenschaftsbewegung in rascherem Tempo fortschreiten wird.

Für das Jahr 1915 wird anlässlich des 500-jährigen Gedenktages der Hinrichtung des Kirchenreformators Johannes Huss eine Gewerbeausstellung in Prag projektiert, an welcher auch die Genossenschaftsbewegung sich in erheblichem Masse beteiligen wird.

[1]) 1 Krone = Fr. 1.05.

Frankreich.

Die Unterstützung der Arbeiterproduktivgenossenschaften durch den Staat. Das «Bulletin de l'Office du travail» (Arbeitsministerium) bringt in seiner Aprilnummer eine Zusammenstellung der aus Staatsmitteln subventionierten Arbeiterproduktivgenossenschaften. Diese Unterstützung wird gewährt teils in Form von unverzinslichen Darlehen (à fonds perdu), teils in Form von der «Banque coopérative des associations ouvrières» gewährten Kredite. Die auf diese zweifache Weise im vergangenen Jahr gewährte Summe beläuft sich insgesamt auf Fr. 387,000, wovon Fr. 320,000 aus dem Budget und Fr. 67,000 aus rückbezahlten Darlehen stammen. Seit 1902 bis 1913 wurden insgesamt 147 Genossenschaften unterstützt mit einer Totalsumme von Fr. 1,844,000. Von dieser Summe waren Ende 1913 zurückbezahlt Fr. 966,337, verspätete bezw. gestundete Rückzahlungen Fr. 120,287 und nicht wieder erlangbare Fr. 50,046; für die restierende Summe ist der Rückzahlungstermin — 5 bezw. 10 Jahre — noch nicht abgelaufen.

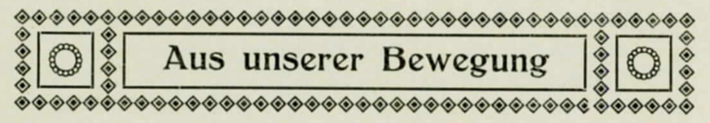
Belgien.

Das genossenschaftliche Versicherungswesen in Belgien macht rasche Fortschritte. Die im Jahre 1907 errichtete genossenschaftliche Versicherungsgesellschaft «La Prévoyance Sociale» (Soziale Fürsorge) steigerte von 1907 bis 1913 die Zahl der Lebensversicherungspolicen von 5947 auf 127,886 und die Gesamtversicherungssumme von 983,690 M. auf **20¼** Millionen Mark. Die Feuerversicherungsabteilung weist eine ähnliche Entwicklung auf; seit ihrer Einrichtung im Jahre 1909 stieg die Policenzahl von 654 auf **18,940.** Die Gesellschaft hat kürzlich ihre neuen Betriebsräume, einen Anbau der «Maison du Peuple», in Brüssel bezogen, in welchem auch die belgischen Genossenschaftsblätter hergestellt werden.

Dänemark.

Die Grosseinkaufsgesellschaft dänischer Konsumvereine hatte im Geschäftsjahre 1913 einen Gesamtumsatz von Kr. 61,999,490, gegen Kr. 55,496,017 oder über Kr. 6½ Millionen mehr als im Jahre 1912.

Der Nettoüberschuss betrug Kr. 3,048,009, gegen Kr. 2,846,372 im Jahre 1912. Die Zahl der angeschlossenen Vereine betrug am 1. Januar 1914 insgesamt 1359 mit einer Mitgliederzahl von 194,000. Obwohl die Kolonialwaren am Gesamtumsatze besonders beteiligt sind, hat sich auch die eigene Produktion im Berichtsjahre ganz besonders entwickelt. In der neuen Margarinefabrik wurde für Kr. 3 Millionen Margarine hergestellt, in der Kaffeerösterei für Kr. $2^3/_4$ Millionen Kaffee geröstet. Die Manufakturwaren sind mit Kr. $4^1/_2$ Millionen, Eisen- und Kurzwaren mit Kr. $3^1/_2$ Millionen und Sämereien mit Kr. $2^1/_2$ Millionen am Gesamtumsatze beteiligt.
(1 Krone = Fr. 1,38.)



Aus unserer Bewegung

Baden. Einbruchdiebstahl. (K.-Korresp.) «Nichts Heiliges ist mehr . . .» Ein panischer Schrecken muss vorletzten Donnerstag Morgen die Verkäuferin in der Filiale Ennetbaden erfasst haben, als sie des morgens beim Betreten ihres Ladens bemerkte, dass in der vergangenen Nacht Diebe ihr verbrecherisches Handwerk ausgeübt hatten. Sie hatten an einem Fenster den Rolladen geöffnet, das Fenster eingedrückt und so mit Leichtigkeit in den Laden eindringen können, wo sie die Privatkasse der Verkäuferin, eine ihr gehörende goldene Uhr nebst verschiedenen Waren mausten und sich dann wieder so geräuschlos dünne machten, wie sie drinnen «gearbeitet» hatten; denn von den vielen Hausbewohnern merkte niemand etwas von den Maulwürfen, die da im Erdgeschoss sich an Geld und Gut vergriffen. Die allgemeine Ansicht geht dahin, dass die Diebe mit der Oertlichkeit bekannt gewesen sein mussten und die «Achillesferse» derselben kannten.

Goldach. (G.-Korr.) Unser Lebensmittelverein hat mit Ende Februar das 15. Betriebsjahr vollendet. Wenn man die örtlichen Verhältnisse insbesondere die Konkurrenz des Aktien-Konsumvereins und der «Konkordia» und dann auch die Krise und Arbeitslosigkeit in unserer Hauptindustrie, der Stickerei, in Betracht zieht, so haben wir alle Ursache zufrieden zu sein, wenn wir unsern Jahresumsatz auf ungefähr der gleichen Höhe halten konnten: (Fr. 120,466) wie letztes Jahr. Mit 1. Januar dieses Jahres hat unsere Genossenschaft zum erstenmal ihr Tätigkeitsgebiet über ihr engeres Wirtschaftsgebiet ausgedehnt durch Eröffnung einer Filiale in Untereggen. Die günstige Aufnahme, die diese Eröffnung fand, hat uns veranlasst, dem Wunsche der dortigen Einwohner entsprechend die Errichtung einer zweiten Filiale in Aussicht zu nehmen. — Der Warenbezug vom Verband ist von Fr. 46,000 auf Fr. 67,000 gestiegen. Ein Uebelstand, der in einer etwas starken Belastung des Unkostenkontos zum Ausdruck kommt, ist, dass sich infolge des weit auseinanderliegenden Wirtschaftsgebietes der Umsatz auf 3, resp. 4 (mit Untereggen) Filialen verteilt. Infolge dieser macht sich auch die Konkurrenz des nahe gelegenen Arbeiterkonsumvereins Rorschach immer mehr bemerkbar, da derselbe infolge seiner Grösse auch mehr Vorteile bieten kann. In dieser Hinsicht hoffen wir, dass die nächsten Jahre eine Lösung bringen werden. — Die Abrechnung über den Umbau unserer Liegenschaft «Goldacherhof» ergab eine bedeutende Ueberschreitung des Voranschlags, indessen konstituiert diese Mehrausgabe eine produktive Anlage, sodass die Rendite dennoch gesichert ist. Das vierstöckige Doppelwohnhaus kostet uns nunmehr rund Fr. 130,000. Demgegenüber steht folgende Verzinsung: Metzgereilokal Fr. 1800; 8 Wohnungen Fr. 3744 (6 à 42 und 2 à 30 Fr. pro Monat), sodass wir für Verkaufslokal, Magazin und Bäckerei ca. Fr. 2500 aufzubringen haben. — Der Halbtagsverwalterposten, der vor einem halben Jahr geschaffen wurde, hat sich, ohne den Unkostenkonto mehr zu belasten, bis jetzt sehr gut bewährt.

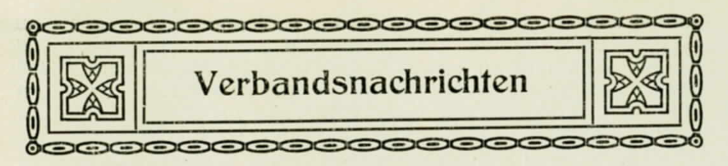
Oberwil. Birseck'sche Produktions- und Konsumgenossenschaft. Wie wir bereits angekündigt, ist die Fusion zwischen diesem Bezirkskonsumverein und dem Basler A.C.V. sozusagen eine abgemachte Sache — wenn der Plan auch dieses Jahr noch nicht zur Ausführung kommen dürfte. Ohne Zweifel wird ganz besonders das heurige Rechnungsergebnis dazu beitragen, diesem Wunsche neue Nahrung zu geben — wenigstens von Seiten der Birseck'schen Konsumenten. Wiewohl die Umsätze der 39 Ablagen ein Mehr von Fr. 98,289 aufweisen, erzeigt der Gesamtumsatz dem Vorjahr gegenüber einen Rückgang von Fr. 342,272 auf einer Gesamtsumme von Fr. 3,142,422, ein Rückgang, der jedoch zum Teil in der Aufgabe der beiden Käsereien in Oberbipp und Wiedlisbach und zu einem andern Teil in der Fehlernte und dem damit zusammenhängenden Verdienstausfall eines grossen Teils der Mitgliedschaft seine Erklärung findet. Die Zahl der Ablagen hat um 5 zugenommen, darunter zwei in Binningen, die von dem zur Liquidation gezwungenen «Lebensmittelverein» übernommen wurden und von denen die eine nun bereits aufgehoben ist. Neue Läden wurden in Schönenbuch und in Benken eröffnet, so dass sich die Birseck'sche zur Zeit auf 22 Gemeinden erstreckt. Die durch die Bedienung dieser relativ weit auseinanderliegenden und mitunter so schon nicht besonders gut rentierenden Ablagen verbundenen Unkosten sind es denn auch, die diesen Konto ganz besonders belasten. Auch hat sich der Automobilbetrieb als kostspieliger erwiesen als der Pferdebetrieb. In dieser Hinsicht dürfte die Bedienung von Basel aus sich rationeller gestalten.

Totentafel.



Walter Itschner †, Uzwil. Einen schmerzlichen Verlust hat der Konsumverein Uzwil zu verzeichnen durch den am 27. Mai erfolgten Hinscheid des Herrn Walter Itschner, Kaufmann. 20 Jahre lang besorgte er die Buchhaltung und das Kassieramt mit vorbildlicher Gewissenhaftigkeit und Pflichttreue. Manche Neuerung war seiner Initiative zu verdanken. Mit zäher Energie hat er bei etwas stürmischen Bewegungen im Jahre 1900 mitgeholfen unser erstes Eigenheim mit Bäckerei zu gründen. Ausgerüstet mit einem scharfen Verstand und einer hervorragenden Rednergabe, hat er manchen Gegner zum Schweigen gebracht. Dabei blieb er immer streng sachlich und wurde nie persönlich. Nicht immer war er für die moderne Genossenschaftsanschauung zu haben und es hat diesbezüglich oft harte Kämpfe, sowohl im Schosse des Verwaltungsrates als in der Generalversammlung abgesetzt. Seine Ueberzeugung hat er nicht so leicht preisgegeben. Schreiber dies hat manchen Strauss mit ihm zerpflückt und doch sind wir immer gute Freunde geblieben.

Schlaf wohl, lieber Freund, wir werden Dir ein treues Andenken bewahren. *M.*



Verbandsnachrichten

Delegiertenversammlung.

Kongressdauerkarten: Ausser den $2^1/_2$-tägigen Kongressdauerkarten, die gegen Fr. 2.—, resp. im Umtausch gegen andere Eintrittskarten gegen 50 Cts. Nachzahlung im Quartierbureau in Bern ausgegeben werden, werden auch solche von 7-tägiger Dauer ausgegeben. Solche kosten Fr. 3.—, resp. im Umtausch Fr. 1.50. Falls wir für unsere Delegierten auch solche Karten erhalten können, was wir zurzeit noch nicht wissen, können solche ebenfalls in Bern in unserem Quartierbureau (Genossenschaftsdruckerei) bezogen werden.

Zuteilung der Quartiere: Voraussichtlich wird die Ausgabe der Quartierkarten erst in Bern möglich sein und zwar durch unser Quartierbureau (Genossenschaftsdruckerei), was den Delegierten umso weniger Mühe verursachen wird, als sie ja doch zum Umtausch der Eintrittsbillets in Kongressdauerkarten das Quartierbureau aufsuchen müssen. Immerhin soll, wenn es sich ermöglichen lässt, den Delegierten schon vor der Abreise nach Bern mitgeteilt werden, welchem Hotel sie zugeteilt sind.

Vergünstigung auf der Niesenbahn. Die Niesenbahn gewährt den Teilnehmern an Kongressen während der Landesausstellung folgende Vergünstigung: Gegen Vorweisung der Kongresskarte (Delegiertenkarte resp. Ausweis für nicht stimmberechtigte Delegierte) an der Stationskasse in Mülenen

1. **an Einzelreisende, Retourbillet für Fr. 5.—,**
2. **an Gesellschaften von mindestens 10 Personen Retourbillet Fr. 4.— pro Person.**

Delegationen befreundeter ausländischer Genossenschaftsverbände. Wir werden die Ehre und das Vergnügen haben, an der Delegiertenversammlung folgende ausländische Gäste begrüssen zu können:

Deutschland: Zentralverband deutscher Konsumvereine, Herrn G. Liebmann, Ludwigshafen. Grosseinkaufsgesellschaft: Hrn. Karl Klötzel, Nürnberg und Eduard Würfel, Hamburg.

Frankreich: Magasin de Gros des Coopératives de France, Herrn E. Marty, Paris, Mitglied des Direktionskomitees. Fédération Nationale des Coopératives de Consommation: Hrn. F. Poisson, Generalsekretär.

England: Grosseinkaufsgesellschaft, Mr. Philip Coley, Sunderland; Mr. Wilkins, Plymouth. Co-operative Union, Mr. W. Dewhurst Colne, Lancashire.

Italien: Lega Nazionale Cooperative, Hr. Antonio Vergnanini, Generalsekretär, Mailand; Herr Augusto Osimo, Mailand; Herr Alessandro Bezzi, Mailand; letztere beiden Inspektoren der Lega Nazionale.

Schweden: Kooperativa Förbundet, Herr K. G. Rosling, Stockholm, Vorsitzender des Verbandsvorstandes, und Herr Viktor Lindgren, Stockholm, Mitglied des Verbandsvorstandes.

Wahlvorschläge für die Delegiertenversammlung in Bern. Für die zu treffenden Wahlen sind bisher folgende Wahlvorschläge gemacht worden:

a) Ersatzwahl in den Aufsichtsrat an Stelle des verstorbenen Herrn Glattfelder. Kreiskonferenz V: Herr Schweizer, Verwalter des Verbandsvereins in Turgi.

Der vom Verbandsverein in Baden vorgeschlagene Herr Gantner, Präsident des Konsumvereins Baden, blieb in Minderheit.

b) Ersatzwahl in den Aufsichtsrat an Stelle des eine Wiederwahl ablehnenden Herrn Rappard.

Die Kreiskonferenzen I und II haben beschlossen, dem noch nicht bekannten Ersatzvorschlage des Konsumvereins Genf zuzustimmen.

c) Wahl in die Kontrollstelle für den turnusmässig ausscheidenden Konsumverein Glarus:
Vorschlag der Kreiskonferenz IX: Hätzingen.
» » VIII: Rheineck.
» » I und II: Yverdon.

Der Verbandsverein in Luzern, der ursprünglich auch um diese Vakanz sich bewarb, hat nach erhaltener Aufklärung auf die Bewerbung verzichtet.

Ausstellungsfahrkarten abstempeln lassen! Wer jetzt von Bern aus abends nach Hause fahren muss, der kann wahrnehmen, dass ein Teil der Ausstellungsbesucher beim Vorweisen der Fahrkarten mit den Eisenbahnkontrolleuren in eine Debatte gerät. Die Veranlassung hiezu ist immer dieselbe: Die Ausstellungsbesucher hatten es unterlassen, ihre Fahrkarte für die einfache Fahrt in die Ausstellung abstempeln zu lassen, denn nur dann ist das einfache Billet auch für die Rückfahrt gültig. Versicherungen, man habe die Ausstellung in der Tat besucht und nur eine Abstempelung des Billets vergessen, helfen bei unserm Bahnpersonal über die Unterlassungssünde nicht hinweg und gerne oder ungerne muss der Fahrgast nochmals in seinen Geldbeutel greifen und sich vom Bahnkondukteur eine einfache Fahrkarte für die Rückfahrt geben lassen.

Uebrigens machen wir darauf aufmerksam, dass von den Bahnangestellten gewöhnliche einfache Billets nach Bern nicht als zur Rückfahrt gültig anerkannt werden, man muss also Spezialbillets nach Bern verlangen!

Statistische Fragebogen pro 1913. Vom 29. Mai bis zum 4. Juni 1914 liefen Fragebogen ein von: 314. Neuchâtel, 315. Sessa-Monteggio, 316. Ligornetto, 317. Vinznau, 318. Couvet, 319. Stabio, 320. Zug, 321. Hausen a. A., 322. Mendrisio.

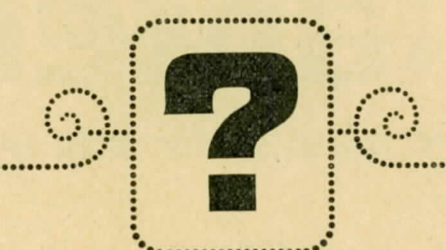
Wahrspruch.

«Angesichts der Konzentration der kapitalistischen Gesellschaften, angesichts des Kampfes, den die Gegner der Konsumvereine eröffnet haben, muss jeder einsichtige Genossenschafter zu der Ueberzeugung kommen: Die einzelnen Konsumvereine sind zu schwach, sie müssen einen starken Rückhalt suchen und finden in einer Gesamtorganisation, im Verband schweizerischer Konsumvereine.» *Prof. Dr. J. Fr. Schär.*

Redaktionsschluss 4. Juni.

Redaktion: Dr. Henry Faucherre.

Verantwortlich für Druck und Herausgabe: **Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.)** Für denselben: Dr. **Oskar Schär.**



Warum sind wir Gegner der Geschenk-Artikel

Prämien und Geschenke werden nur verabfolgt, um die Interessen der Lieferanten zu fördern.

Durch die Geschenkbeilagen soll der Käufer an die betreffende Marke gefesselt werden; er opfert also einen Teil seiner Kaufsfreiheit.

Konsumentenvereinigungen und Händlern wird bei allfälligen Anständen mit den Lieferanten von Geschenkartikeln der Wechsel erschwert, weil die Konsumenten auf die Fortsetzung der Geschenkartikel rechnen.

Da die Konsumentenvereinigungen zum Zwecke haben, den Mitgliedern das zum Leben Notwendige in guter Qualität zum gerechten Preise zu beschaffen, müssen sie sich aber jederzeit die Freiheit wahren, den Lieferanten zu wechseln, wenn dieser den gestellten Anforderungen nicht entspricht.

Der Wert der Beigaben ist im Warenpreis reichlich mitkalkuliert.

Der Konsument muss demnach eine Ware bezahlen, die er nur in den seltensten Fällen nötig hat und die er bei Bedarf lieber nach seinem Geschmack auslesen würde.

Die Geschenkbeilagen veranlassen also die Konsumenten zu unnützen Geldauslagen.

Bei den Geschenkartikeln läuft man Gefahr, dass nicht die benötigte Ware, sondern das beigelegte Geschenk bei der Auswahl ausschlaggebend wird. Das schliesst die Gefahr der Qualitätsverschlechterung in sich.

Eine Ware, die zu ihrer Empfehlung die Beigabe von Geschenken nötig hat, eignet sich durchaus nicht für sorgfältig rechnende Haushaltungen.

Je besser der Preis einer Ware deren innerem Wert angepasst ist, um so weniger ist es möglich, ein Geschenk beizufügen.

Jede Konsumverwaltung und jede Verkäuferin mache die Konsumenten auf den Unfug und die unreellen Absichten, welche mit den Geschenk-Artikeln getrieben werden, aufmerksam